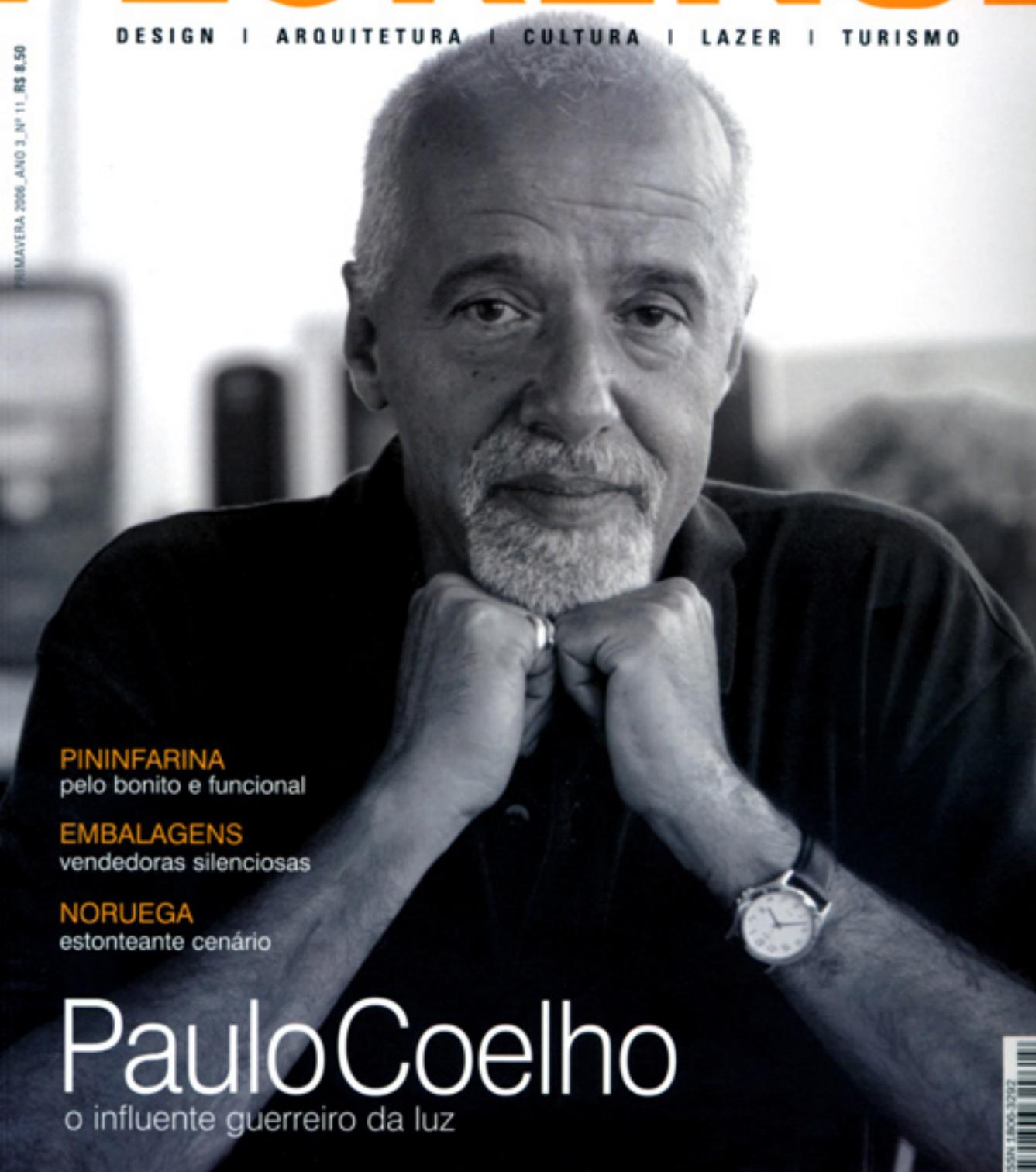


# FLORENSE

DESIGN | ARQUITETURA | CULTURA | LAZER | TURISMO

PRIMAVERA 2006\_ANO 3\_Nº 11\_R\$ 8,50



**PININFARINA**  
pelo bonito e funcional

**EMBALAGENS**  
vendedoras silenciosas

**NORUEGA**  
estonteante cenário

**Paulo Coelho**  
o influente guerreiro da luz





**Pininfarina**  
TALENTO E TRABALHO DÃO VIDA  
A CARROS MUITO ESPECIAIS

por VIRGINIO BRATORE fotos divulgação



Há setenta e seis anos, existe uma família italiana que desenha automóveis. Com seu talento e seu trabalho, deram vida a alguns dos mais lindos quatro-rodas da história, e, com o nome e sobrenome do avô fundador – Pinin Farina – criaram um novo nome e uma marca sobre os quais paira o mito. Da pequena fábrica artesanal, passaram, nos anos 70, a "estilistas" e fabricantes em nível industrial e, hoje, a projetistas e fabricantes de automóveis especiais.

Sergio, senador da  
República Italiana e  
presidente do grupo,  
e Andrea Pininfarina, o  
administrador

**A** "missão" é fornecer aos construtores de automóveis soluções criativas em todas as fases do processo. Em 76 anos, a Pininfarina desenhou 1.550 automóveis de série e produziu mais de 1.100.000 carros de nichos. A sociedade tem cerca de 3.000 trabalhadores, quatro sedes na Itália, três na França e outras quatro na Alemanha, Suécia, Marrocos e China. A capacidade produtiva é de 80 mil carros por ano e atualmente a gama inclui cinco modelos: Alfa Romeo Brera, Alfa Spider, Ford Focus CC, Mitsubishi Colt CZC, produzidos na Itália, e o Volvo C70, produzido na Suécia.

Pinin faleceu em 1966. Sergio tem a mesma idade da empresa, 76 anos, é senador vitalício da República Italiana e presidente do grupo. Ainda hoje, Sergio continua mantendo relação com a Ferrari, a empresa automobilística com a qual trabalhou a vida toda, desenhando modelos inesquecíveis. Na direção da empresa hoje estão os filhos, Andrea, que é o administrador, e Paolo, responsável pela divisão Pininfarina Extra, que atua nos setores extra-automóveis.

Andrea Pininfarina é um homem muito ocupado, seja por estar à frente das atividades da empresa, seja porque é vice-presidente da Confindustria, a associação que representa os industriais italianos.

Depois de uma longa insistência, conseguimos entrevistá-lo em nome da Florense e de nossos leitores. Numa tarde de primavera, chegamos ao encontro na sede central de Cambiano, nas imediações de Turino, onde três edifícios de três épocas diferentes sediam algumas das atividades: uma "cabana", do final de 800, é o estúdio da Pininfarina Extra; o grande edifício modernista de 1980 abriga o showroom e os escritórios, enquanto numa arquitetura de 2002 está localizado o grande centro de engenharia.

Nos apoiamos na mitica Lancia Aurelia B24 cupê, de 1955, o célebre carro utilizado no filme *Il Sorpasso*, de Dino Risi, e começamos a entrevista.

#### Florense – O que você entende por design?

Andrea Pininfarina – Essa é uma palavra que gera muita confusão. Na língua anglo-saxônica, design significa tudo. Na Itália, no nosso setor, por muito tempo, foi considerado uma questão de "estilo". Nós, da Pininfarina, entendemos que é uma atividade criativa, um processo de design e não de estilo. Para nós, é um processo que envolve a realização física e não apenas a formal ou estética. Queremos que todo o processo leve a um produto final bonito e funcional.



Ferrari: São os detalhes que permitem o carro ser sempre o mesmo, sempre no seu ponto. Essa felicidade, sempre mantendo o percurso competitivo, é que faz um carro ser sempre aquele carro. Que é a sua definição de um bem-cotado?

Montezem: Muito mais que isso, é a felicidade de saber que o carro é feito para ser usado. É a felicidade de saber que o carro é feito para ser usado. É a felicidade de saber que o carro é feito para ser usado. É a felicidade de saber que o carro é feito para ser usado. É a felicidade de saber que o carro é feito para ser usado. É a felicidade de saber que o carro é feito para ser usado. É a felicidade de saber que o carro é feito para ser usado.

Ferrari: Você representa a nova geração de profissionais europeus. Qual é a sua medida força dessa contemporaneidade? Que tipos fundamentais de negócios transmite para?

Montezem: Tudo o que fazemos é um resultado da experiência que fizemos. A experiência é o resultado da experiência. Se você não tem experiência, não pode ter experiência. Mas se você tem experiência, pode ter experiência.



**Centro de engenharia**  
um dos três edifícios da  
sede central da empresa

que gostamos. Construir respeitando o target onde estão nossos clientes, observando os aspectos econômicos, os investimentos e a estética. Agora, o desafio é fazer tudo isso em escala internacional.

**Florense** – O que significa gerenciar qualidade artesanal em escala industrial e, hoje mais do que nunca, mundial?

**Pininfarina** – Significa manter um planejamento específico. A evolução requer a capacidade de fornecer design, engenharia, produção e então nós procuramos identificar as atividades que podemos executar sob nosso controle, qual a habilidade, a criatividade, a engenharia, a formação das pessoas, aqueles elementos que representam as características comuns da nossa história e que identificam em cada produto o projeto Pininfarina.

**Florense** – Hoje, a Pininfarina possui diversos estabelecimentos no exterior. O que você pensa do "made in Italy" na China, do "made in Italy" na Suécia, e assim por diante? A genuinidade do produto não resulta em comprometimento?

**Pininfarina** – "Made" significa "feito". Mas sabemos que muitos produtos não são mais feitos inteiramente na Itália. Em particular no setor de automóveis e dos sistemas de transporte, peças e componentes são produzidos em vários países. O "made in Italy" é mais famoso nos campos em que a alta tecnologia está pouco presente: moda, objetos de design, mobiliário,



vinho, etc. Acredito mais num "made in Pininfarina" – independentemente de onde se crie e se produza –, obtido sob controle de formas e com verificação da coerência com o projeto. Em síntese: aquilo que é mais visível ao cliente final temos aqui, próximo de nós. A parte criativa requer um cuidado constante e sobre isso mantemos sempre o controle. Nas outras áreas, estamos dispostos a delegar responsabilidades.

**Florence** – Já há alguns anos, a Pininfarina estabeleceu parcerias com empresas automobilísticas chinesas, cedendo o design e a engenharia dos produtos. O que significa ter de responder às exigências dos clientes orientais? São eles que se adaptam aos padrões ocidentais, seguindo um fenômeno de globalização do consumo, ou existem valores de caráter estético e cultural determinados?

**Pininfarina** – O que há de diferente na China é que as fábricas não têm história e por isso se é mais livre, não existe tradição, nem brand image (imagem da marca). Nós estamos habituados a trabalhar deixando sempre emergir a identidade da marca. Para nós, é antes de tudo uma Ferrari, um Citroën, um Fiat. Na China, ao invés,





prevalece a nossa contribuição. Assim, temos mais liberdade para debater e decidir sobre temas fundamentais: espaço interno, dimensões, o que o carro oferece. Para nossos designers, é uma experiência muito positiva e, agora, depois de dez anos, conhecemos o primeiro produto substitutivo, e a indústria chinesa de automóveis terá dado seu primeiro passo na história.

Florence - Como você vê o Brasil?

Printarini - A coisa que mais me impressiona no Brasil é seu extraordinário cruzamento de culturas, uma riqueza que há poucas iguais no mundo. Nós estamos presentes no Brasil indiretamente, através da colaboração com a Ford, Fiat, Peugeot, mas olhamos para esse mercado com grande atenção. Estamos atentos para ver se surgem possibilidades de produção local, com parcerias como aquelas que temos na China e, em breve, também na Índia e na Rússia.

Ferrari: aerodinâmica, luxo extremo e desejo criaram o mito





Feito para sonhar:  
carro-conceito já apresenta  
soluções para o desafio do  
futuro: a compatibilidade  
do carro com o ambiente

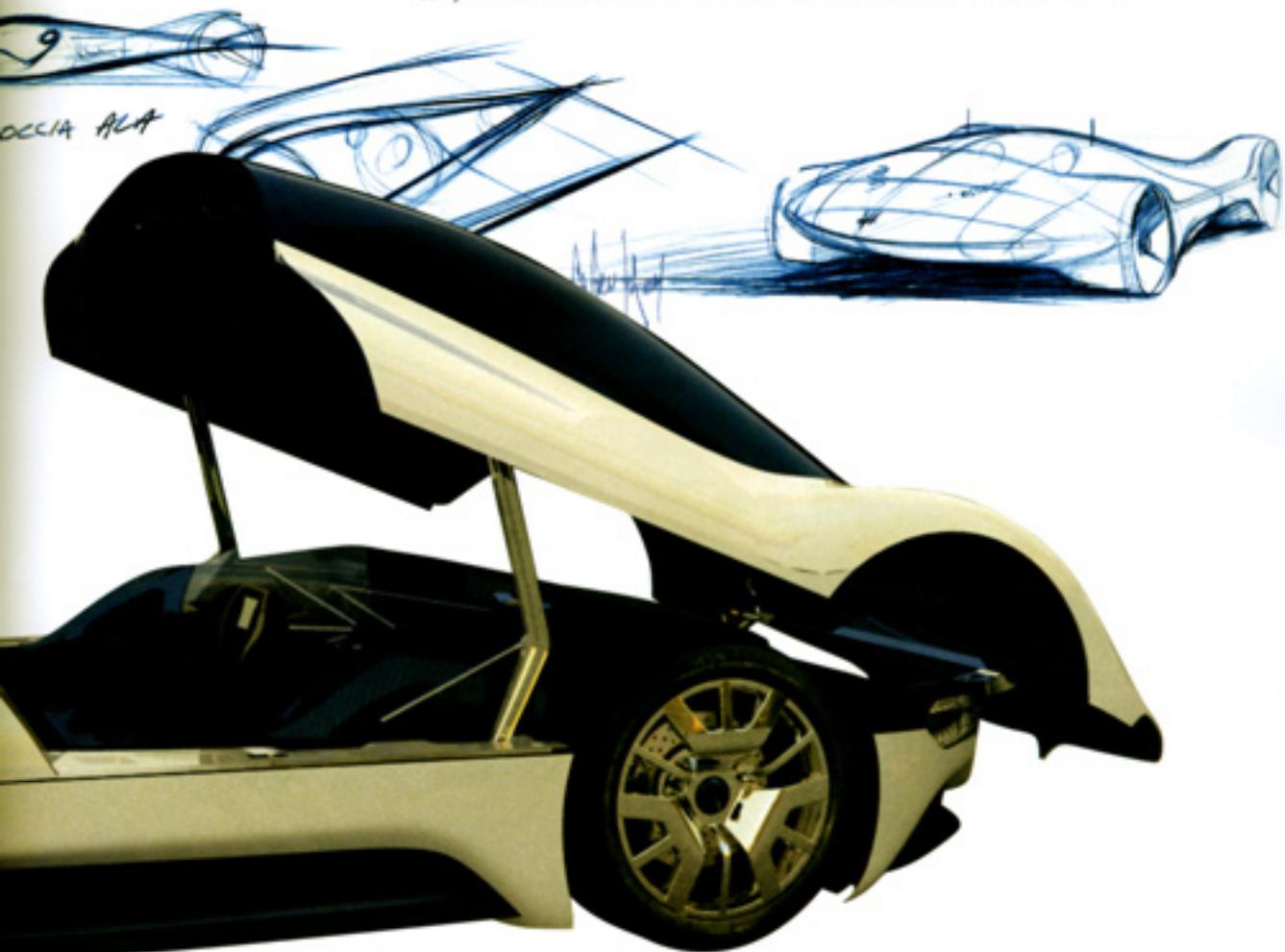


Nesse momento, nos deslocamos do lado histórico do showroom para aquele onde estão alinhadas as duas últimas criações de sonho: uma Ferrari 599GTB Fiorano e o exemplar único da Maserati Birdcage 75th, o carro-conceito produzido pela Pininfarina em parceria com a Maserati e a Motorola. Nesse ambiente de luxo extremo, surge espontaneamente a próxima pergunta.

Florense - Como será o futuro da indústria automotiva? De que modo os problemas energéticos poderão condicionará-la?

Pininfarina - Estes carros de sonhos que você está vendo são feitos para sonhar e para fazer estudos, mas o verdadeiro desafio do futuro será a compatibilidade com o ambiente. O problema está dividido em duas partes: a primeira, que se observa sempre, envolve a carroceria, a aerodinâmica, os pesos, a tecnologia dos processos e os novos materiais, que são uma sessão importante; a segunda, diz respeito à tração e às normas europeias, que levarão à redução do consumo e da emissão de gases, que, nos últimos dez anos, já diminuíram um

INCESTO





De fábrica artesanal em 70, a projetistas e fabricantes de automóveis especiais: atualmente cinco modelos



vigésimo, graças à evolução das partes eletrônicas. Creio que um passo à frente será o motor híbrido que, com seus componentes, levará a mudar o próprio carro. Digo sim ao combustível celular e ao motor a hidrogênio, a começar pelo transporte público, porém não acredito muito no carro elétrico, que resolve somente o problema de emissão de gases. Hoje, a tecnologia resolutiva não é notada, mas acredito que conseguiremos produzir um carro sustentável também para o bairro de chineses e indianos que buscamos, porque a mobilidade individual é uma das formas máximas de liberdade.

Florense – Você, que carro dirige?

Pininfarina – Este é um bom período porque temos cinco carros em produção e eu testo todos. Atualmente, uso um Volvo C70, há algumas semanas, tinha um Mitsubishi Colt CZC e para breve andarei com o Alfa Spider. São todos uma bela "descoberta". ■

